

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan kumpulan dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berfikir dan penelitian atau bisa dibilang cara mendasar untuk mempersepsi, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan visi realitas, Moleong (2004, h 49). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang merupakan teori yang berlandaskan pada ide bahwa realitas bukanlah sesuatu yang objektif, tapi dikonstruksi melalui proses interaksi dalam kelompok, budaya dan masyarakat, Wibowo (2013, h 36 – 37). Secara singkat paradigma merupakan cara pandang atau cara berpikir seseorang memandang sesuatu.

Pemahaman mengenai penelitian dengan sifat konstruktivis memandang realitas sebagai sesuatu yang sifatnya dapat berubah dan tidak tetap serta memiliki hubungan dengan masa lalu, masa kini, dan masa yang akan mendatang, Setiawan & Anggito (2018, h 15). Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung secara terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan untuk menciptakan, memelihara dan mengelola dunia sosial mereka, Hidayat (2003, h 3).

Paradigma konstruktivis dapat dijelaskan melalui empat dimensi, yaitu dimensi ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologis. Dimensi ontologis, paradigma konstruktivis menganggap realitas merupakan konstruksi sosial, kebenaran akan suatu realitas yang sifatnya relatif dan berlaku sesuai konteks spesifik yang

dinilai oleh pelaku sosial. Dimensi epistemologis, paradigma konstruktivis bersifat *transactionalist* atau *subjectivist* yang artinya pemahaman tentang suatu realitas merupakan interaksi antara peneliti dengan apa yang diteliti. Dimensi axiologis, paradigma konstruktivis menganggap bahwa nilai, etika, dan pilihan moral merupakan bagian yang tak terpisahkan dari suatu penelitian. Sedangkan dimensi metodologis, paradigma konstruktivis menekankan empati dan interaksi dialektis antara peneliti dengan responden demi merekonstruksi suatu realitas, Wibowo (2011, h 28).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti ideologi maskulinitas. Ideologi maskulinitas bersifat tidak selalu tetap dan tidak sama, seiring perkembangan zaman akan terus berkembang bagaimana pandangan maskulinitas berkonstruksi di mata masyarakat dan bagaimana perubahan maskulinitas dapat dipengaruhi dalam proses interaksi antar budaya, kelompok, dan masyarakat.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan kumpulan data dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka, Danim (2002, h 51). Sedangkan penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini, atau saat lampau. Penelitian deskriptif bisa mendeskripsikan suatu keadaan saja, akan tetapi bisa juga mendeskripsikan keadaan dalam tahapan-tahapan dalam perkembangan. Penelitian deskriptif juga

bersifat *longitudinal* atau sepanjang waktu dan ada yang bersifat *cross sectional* atau dalam potongan waktu, Luthfiyah & Fitrah (2017 h 36).

### 3.3 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi semiotika. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Pemahaman akan semiotik mempelajari sederetan luar objek-objek, peristiwa peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda. Alasan mengapa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif adalah karena data yang digunakan adalah kualitatif yang menjadikan data yang tidak berupa angka-angka, Moleong (2005, h 6). Pemaknaan akan suatu objek tidak hanya membawa informasi, tapi bagaimana objek-objek tersebut hendak berkomunikasi, secara bersamaan mengkonstitusi sistem terstruktur dari suatu tanda, Barthes dalam Kurniawan (2001, h 53).

### 3.4 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *scene* karena menganalisis representasi maskulinitas dalam iklan memerlukan pembedahan per-*scene* agar dapat penjelasan lebih dalam. *Scene-scene* yang dibutuhkan pada iklan NIVEA MEN CREME ANTHEM | Full version 60', dan #SegarTerusMenangTerus dengan NIVEA MEN DEEP ESPRESSO Deo! Dimana iklan tersebut dipilih karena kriteria tertentu. Kriteria ini terutama berhubungan dengan maksud dan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk melihat representasi pria metroseksual yang dikomunikasikan pada iklan tersebut. Analisis atas *scene – scene* ini nantinya akan menghasilkan pemaknaan peneliti terhadap representasi pria metroseksual dalam iklan tersebut lengkap dengan mitos dan ideologi apa yang tersembunyi dibalikinya.

Total *scene* dalam iklan Nivea Men Creme memiliki 19 *scene* yang memperlihatkan setiap adegan dan pengambilan gambar dari awal hingga akhir iklan. Akan tetapi adegan yang dibutuhkan dalam penelitian ini ada lima, yaitu *scene* berpose, *scene* Creme digunakan pada tangan, dan pipi, *scene* Creme digunakan pada kaki, siku, dan jenggot, *scene* Pria menggunakan creme pada bibir di cafe dengan dua wanita mendekatinya, dan *scene* kita #RealMen adalah pria metroseksual yang merawat diri dan berpenampilan *stylish*. 5 *scene* dipilih karena yang paling menunjukkan sisi metroseksualnya. Sementara itu, total *scene* dalam iklan Nivea Men Deep Espresso Deoa memiliki 13 *scene* yang juga memperlihatkan setiap adegan dan pengambilan gambar dari awal hingga akhir iklan. Akan tetapi adegan yang dibutuhkan dalam penelitian ini ada empat, yaitu *scene* memakai deodoran, dan berpakaian, *scene* juggling depan café, *scene* perempuan mencium ketiak Hanif, dan *scene* berbincang dalam café dan narator dalam café. 4 *scene* dipilih karena juga menunjukkan sisi metroseksualnya paling jelas.

### **3.5 Teknik Analisis**

Teknik analisis dari penelitian ini adalah tanda verbal, nonverbal, dan *mise en scene* yaitu *frame size*, *camera angle*, pencahayaan, dan pemfokusan dalam iklan Nivea Creme Anthem dan Nivea Men Deep Espresso Deo. Pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara termasuk dalam kategori pesan verbal, (Mulyana, 2005: h.260). Sementara pesan nonverbal merupakan atribut atau tindakan manusia selain penggunaan kata-kata itu sendiri, yang memiliki makna bersama secara sosial, dengan sengaja dikirim atau diartikan secara sengaja, dikirim secara sadar atau secara sadar diterima, dan

memiliki potensi umpan balik dari penerima, Pearson (2003, h 102). Sedangkan *mise en scene* adalah hal-hal yang dimasukkan ke dalam layar dan memiliki makna tertentu. Pada dasarnya, semua hal yang ada di dalam layar ada dengan sebuah alasan dan bertujuan untuk menceritakan sesuatu, Barsam & Monahan (2016, h 164 – 165).

Penelitian ini menggunakan analisis pembentukan makna dari konsep pemaknaan yang dikemukakan oleh Berger. Analisis pembentukan makna terdapat beberapa aspek yang perlu diteliti, beberapa aspek tersebut mulai dari ukuran gambar, sudut pandang pengambilan gambar, komposisi, fokus, kode sinematik, pencahayaan, dan jenis lensa apa yang digunakan, Berger (2000, h 33 – 34). Berikut adalah tabel pembentukan makna dari konsep pemaknaan Berger:

**Ukuran Pengambilan Gambar**

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
<i>Big Close Up</i>	Emosi, peristiwa penting, drama
<i>Close up</i>	Keintiman
<i>Medium Shot</i>	Hubungan personal dengan subjek
<i>Long Shot</i>	Konteks, jarak publik
<i>Full Shot</i>	Hubungan sosial

**Table 3.1** Ukuran Pengambilan Gambar, Berger (2000, h 33 – 34)

**Sudut Pengambilan Gambar**

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
<i>High Angle</i>	Dominasi, kekuatan, kemenangan
<i>Eye Level</i>	Kesetaraan
<i>Low</i>	Kelemahan, tidak adanya kekuatan

**Table 3.2** Sudut Pengambilan Gambar, Berger (2000, h 33 – 34)

**Jenis Lensa**

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
<i>Wide Angle</i>	Dramatis
<i>Normal</i>	Keseharian, normalitas
<i>Tele</i>	Dramatis, keintiman, kerahasiaan

**Table 3.3** Jenis Lensa, Berger (2000, h 33 – 34)

**Komposisi**

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
Symmetries	Tenang, stabil, religiusitas
Asymmetries	Keseharian, alamiah
Statist	Ketiadaan konflik
Dynamist	Disorientasi, gangguan

**Table 3.4** Komposisi, Berger (2000, h 33 – 34)

**Fokus**

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
<i>Selective Focus</i>	Menarik perhatian penonton
<i>Soft Focus</i>	Romantika, nostalgia
<i>Deep Focus</i>	Semua elemen adalah penting

**Table 3.5** Fokus, Berger (2000, h 33 – 34)

### Pencahayaan

Penanda	Petanda
<i>High Key</i>	Kebahagiaan
<i>Low Key</i>	Kesedihan
<i>Low Contrast</i>	Realitas dokumenter
<i>High Contrast</i>	Teatrikal, dramatis

**Table 3.6** Pencahayaan, Berger (2000, h 33 – 34)

### Kode Sinematik

Penanda	Petanda
<i>Zoom In</i>	Observasi
<i>Zoom Out</i>	Konteks
<i>Pan</i>	Mengikuti, mengamati
<i>Tilt</i>	Mengikuti, mengamati
<i>Fade In</i>	Mulai / awal
<i>Fade Out</i>	Selesai / akhir
<i>Dissolve</i>	Jarak waktu, Hubungan antar dengan
<i>Wove</i>	Kesimpulan yang menghentak
<i>Iris Out</i>	Film tua
<i>Slow Motion</i>	Perhatian, evaluasi, apresiasi keindahan

**Table 3.7** Kode Sinematik, Berger (2000, h 33 – 34)

Penelitian ini menggunakan kode – kode yang diciptakan juga oleh Roland Barthes, dalam kodenya itu ada lima, yaitu hermeneutik, semik, simbolik, kultural, dan proairetik, Barthes (1974, h 19):

- a) Kode Hermeneutik atau kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan ”kebenaran” bagi pertanyaan yang ada dalam teks.

- b) Kode semik atau makna konotatif menawarkan banyak sisi dari karakter, tempat, objek, atau pengaturan dalam urutan tertentu agar membentuk suatu makna. Kode semik terdiri dari *mise en scene*, dalam hal ini yaitu *camera angle*, *frame size*, pemfokusan, dan pencahayaan. Kode semik yang dicari adalah yang memiliki konotasi maskulinitas.
- c) Kode simbolik merupakan aspek pengkodean fiksi yang paling khas yang bersifat struktural. Kode simbolik ini terdiri dari suara, gerak tubuh, dan artifaktual atau visualisasi dari sistem nilai dalam suatu kebudayaan.
- d) Kode gnomik atau kode kultural merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui oleh budaya.
- e) Kode proaretik atau kode tindakan berperan sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, yang artinya semua teks bersifat naratif.